



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Deskripsi Perusahaan**

Dikutip dari *website* resmi PT. Kino Indonesia Tbk. (2015), PT. Kino Indonesia Tbk. adalah salah satu perusahaan yang menyediakan *consumer goods* seperti produk makanan, minuman, farmasi, dan perawatan tubuh yang telah dikenal banyak masyarakat di Indonesia dan juga negara luar. PT. Kino Indonesia Tbk. dibentuk pertama kali oleh Harry Sanusi sebagai perusahaan distribusi pada tahun 1991 dengan nama PT. Duta Lestari Sentratama, lalu berkembang menjadi industri manufaktur bernama PT. Kino Sentra Industrindo pada tahun 1997 dengan memproduksi makanan ringan seperti permen, *snack*, dan coklat. Setelah itu, pada tahun 1999 terbentuk PT. Kinocare Era Kosmetindo yang memproduksi aneka produk perawatan tubuh seluruh gender dan usia, dan tahun 2003 melebar ke produk perawatan rumah tangga.

Pada tahun 2004 PT. Kino Indonesia Tbk. mengembangkan bisnis hingga luar negeri, salah satunya membuka cabang di Malaysia dengan nama Kinocare (M) Sdn. Bhd dan di negara Filipina dengan nama Kino Consumer Philippines. Selain itu PT. Kino juga menjalin distribusi ke negara besar lainnya seperti Jepang, Afrika, Myanmar, Brunei, Vietnam, Australia, Timur Tengah, dan memiliki lisensi WenKen Group Singapura untuk memproduksi Cap Kaki Tiga disana tahun 2011, dan bekerja sama dengan Morinaga & Company United Jepang untuk memperluas bisnis tahun 2013. Produk PT. Kino Indonesia Tbk. lebih dari 2 dekade tersedia di distributor besar seperti toko kosmetik, supermarket, minimarket, hypermarket, dan jutaan pasar tradisional di seluruh Indonesia.

Pada tahun 2014, PT. Kino mengubah logo perusahaannya yang mengacu pada visi dan misi dari PT. Kino. Dikutip dari *website* resmi PT. Kino kembali (2015), visi dari PT. Kino adalah menjadi perusahaan yang dikenal di Indonesia tanpa meninggalkan nilai-nilai lokal dan terus maju untuk menjadi perusahaan mendunia yang berlandaskan ide dan inovasi. Misi dari PT. Kino adalah

emperluas pasar melalui mengembangkan produk-produk yang dilatarbelakangi oleh semangat untuk terus berinovasi. Dan motto dari PT. Kino adalah *innovate today* yang artinya harus tetap kreatif dan berinovasi setiap harinya untuk menjadi perusahaan yang memimpin dalam bidang *consumer goods*. Dari nilai-nilai di atas maka terciptalah desain logo baru PT. Kino Indonesia Tbk. yang melambangkan semangat juga esensi PT. Kino sebagai sebuah perusahaan.



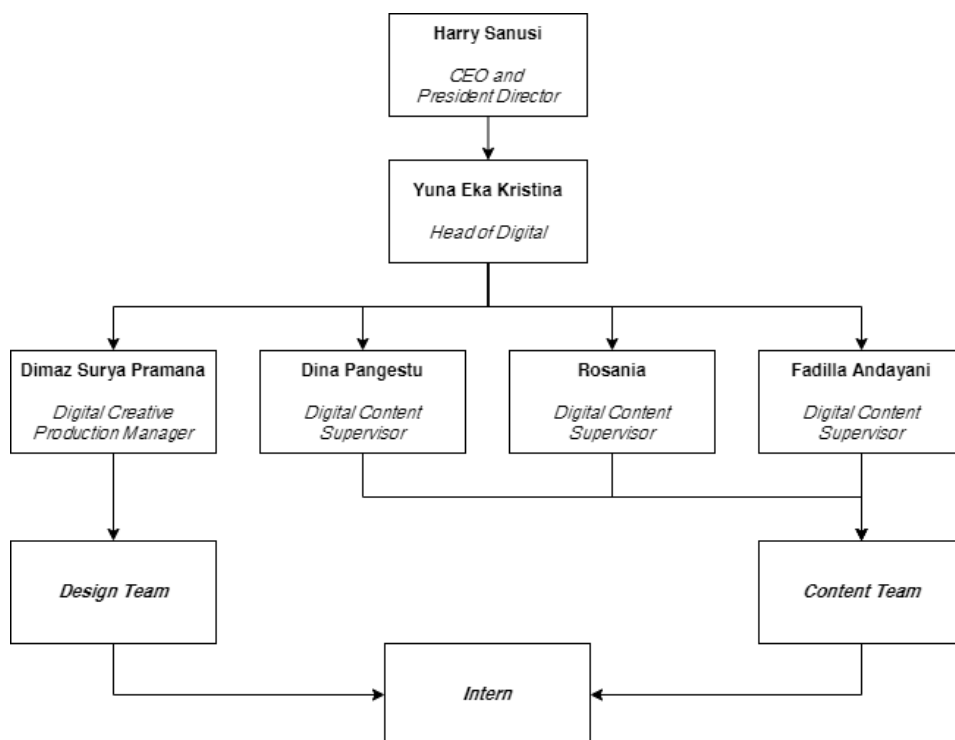
Gambar 2.1. Logo PT. Kino Indonesia Tbk. Terbaru

(Sumber: <https://www.kino.co.id>)

Simbol “K” pada logo terbaru PT. Kino Indonesia Tbk. merupakan simbolisasi dari kata “KINO” yang digabungkan dengan bentuk “bintang” juga “komet” yang mengartikan “kepercayaan diri” juga “pintar dan inovatif”. Warna biru melambangkan “kecerdasan & kepercayaan diri” sedangkan jingga melambangkan “kemakmuran”.

## 2.2. Organisasi Perusahaan

PT. Kino Indonesia Tbk. memiliki struktur organisasi yang dikepalai oleh Harry Sanusi selaku CEO dan presiden direktur dari PT.Kino. Dalam PT.Kino bagian *digital marketing*, terdapat 2 tim, yaitu *content team* yang mengurus bagian konten, rencana, juga tujuan yang ingin dicapai, dan setelahnya diteruskan kepada *design team* yang mengurus bagian desain dalam memvisualisasikan konten yang dibuat oleh *content team*. Bagian *digital* dikepalai oleh Yuna Eka Kristina selaku *head of digital*, *digital team* dikepalai oleh Dimaz Surya Pramana selaku *digital creative production manager*, dan *team content* dikepalai oleh {}{}{}{} selaku *digital content supervisor*. Berikut adalah bagan struktur organisasi bagian *digital marketing* PT.Kino:



Gambar 2.2. Bagan Struktur Organisasi *Digital Marketing* PT.Kino